

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan harga terhadap loyalitas penggunaan jasa *fitness* di Sonia *Aerobic* dan *Fitness Centre* Lampung, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penggunaan jasa *fitness* di Sonia *Aerobic* dan *Fitness Centre* Lampung, dengan signifikansi sebesar 0,001 dan diperoleh  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $3,549 > 1,662$ ). Hal ini dapat disimpulkan bahwa pelanggan yang melakukan kunjungan ulang di Sonia *Fitness Centre* dipengaruhi oleh keadaan fasilitas fisik yang memadai seperti desain gedung yang menarik, peralatan *fitness* yang lengkap, karyawan yang ramah, cekatan, dan mempunyai keahlian di bidang olahraga *fitness* dan fasilitas gedung yang mendukung. Kualitas pelayanan yang menunjang adalah salah satu faktor yang membuat pelanggan menjadi loyal terhadap jasa ini.
2. Lokasi (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penggunaan jasa *fitness* di Sonia *Aerobic* dan *Fitness Centre* Lampung, dengan

signifikansi sebesar 0,580 dan diperoleh nilai uji t sebesar 0,047 lebih kecil daripada t tabel yaitu 1,662. Hal ini berarti faktor lokasi bukanlah alasan utama bagi pelanggan untuk menjadi loyal terhadap *Sonia Fitness Centre*, dikarenakan sudah banyak tempat *fitness* lainnya di Bandar Lampung. Pelanggan akan lebih memilih jarak lokasi yang lebih dekat dibandingkan *Sonia Fitness Centre*, walaupun lokasi *Sonia Fitness Centre* berada di pusat kota dan mudah dijangkau. Pelanggan lebih menjadikan alasan kenyamanan dan efisiensi waktu dalam pemilihan jarak lokasi penggunaan jasa ini jika dibandingkan dengan *Sonia Fitness Centre*.

3. Harga (X3) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penggunaan jasa *fitness* di *Sonia Aerobic* dan *Fitness Centre* Lampung, dengan signifikansi sebesar 0,000 dan didapat nilai uji t lebih besar dari t tabel yaitu sebesar (3,790 > 1,662). Hal ini dapat dijelaskan bahwa harga merupakan salah satu alasan penting yang menjadi faktor pelanggan dalam menggunakan jasa *fitness* secara terus menerus, dikarenakan harga yang sesuai dengan fasilitas yang didapat adalah hal yang sebanding dengan apa yang harus di bayar. Harga yang bersaing juga menjadi bahan referensi para member untuk tetap loyal terhadap *Sonia Fitness Centre*, bukanlah hal yang terlalu berat apabila harga dinaikkan karena member sudah merasa nyaman dan puas terhadap jasa yang di dapat.

## 5.2 Saran

Beberapa saran yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi penelitian, Sebaiknya untuk penelitian selanjutnya ketiga faktor ini bisa dijadikan acuan membentuk dalam meneliti loyalitas pelanggan dan juga dapat menambahkan faktor lainnya diluar dari ketiga faktor ini serta dapat menambahkan perbandingan antara kedua tempat yang sejenis seperti penelitian ini.
2. Bagi perusahaan, Walaupun hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, lokasi dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, akan tetapi perusahaan harus tetap memperhatikan kebutuhan, keinginan dan kepuasan konsumen serta memberi manfaat lebih bagi para pelanggan *Sonia Fitness Centre*. Dengan demikian pelanggan akan tetap menjadi loyal dan tidak merasa kecewa dengan keseluruhan manfaat yang di dapat di *Sonia Fitness Centre* dan juga memberikan nilai positif.